

Lifta bemüht sich um ein neues Image

Größter deutscher Anbieter von Treppenliften rechnet mit einem jährlichen Marktwachstum um sieben bis acht Prozent

Von Stefan Weber

Köln – Nicht dass Axel Jaschek nicht stolz wäre auf die Produkte, die er verkauft und sie deshalb ungern zeigt. Aber lieber wäre es ihm, sie wären unsichtbar. Oder sie ließen sich in der Wohnung seiner Kunden zumindest so gut verstecken, dass niemand sie bemerkt. Denn dann müssten sich Jaschek und Hartmut Bulling, sein Kollege in der Geschäftsführung des familieneigenen Unternehmens Lifta, nicht Überzeugungsarbeit leisten, dass ein Treppenlift ein ganz normaler Einrichtungsgegenstand sein kann. Und nicht ein Hilfsmittel, mit dessen Kauf der Nutzer nach eigenem Befinden eingestuft ist. Ich schaffe die paar Stufen nicht mehr alleine, ich bin alt und gebrechlich.

Solche Bedenken auszuräumen, gehört zu den täglichen Herausforderungen der Mitarbeiter. Lifta ist mit Abstand der größte Anbieter von Treppenliften in Deutschland. Etwa die Hälfte der im vergangenen Jahr bundesweit verkauften 12 000 Geräte stammte von dem Unternehmen aus Köln. „Der Markt wächst im Tempo von sieben bis acht Prozent. Wir legen alle zwölf Monate um etwa zehn Prozent zu“, sagt Jaschek. Gut 51 Millionen Euro hat Lifta im vergangenen Jahr umgesetzt, 2006 sollen es knapp 57 Millionen Euro sein. Die Umsatzrendi-

te bewegt sich nach Angaben von Bulling im „hohen einstelligen Bereich“.

Mitbewerber gibt es viele. Mehr als 110 Unternehmen bieten in Deutschland Treppenlifte an. Abgesehen von der Bielefelder Traditionsfirma Hiro und einer Tochterfirma von Thyssen-Krupp mit Sitz in Neuss handelt es sich dabei jedoch meist um regional tätige Firmen. Dass der Markt immer wieder neue Anbieter anlockt, ist kaum verwunderlich. Denn die Rahmenbedingungen sind so günstig wie in kaum einer anderen Bran-

che: Die Zahl der älteren Menschen steigt. Viele leben in Ein- und Zweifamilienhäusern und wollen das gewohnte Umfeld auch dann nicht verlassen, wenn sie nicht mehr so gut zu Fuß sind.

Da kommt möglicherweise manchem, sich mit einem Lift mehr Mobilität zu verschaffen. Zumal die Finanzierung eines solchen Geräts für eine große Zahl von Senioren keine unüberwindbare Hürde darstellt. Sie verfügen nicht selten über beträchtliche Ersparnisse. Wenn bestimmte Voraussetzungen erfüllt sind, beteiligen sich auch die Krankenkassen an den Kosten mit bis zu 2500 Euro.

Die Anschaffung eines Mini-Fahrstuhls ist jedoch erheblich teurer. Für ein Modell mit gerader Schiene verlangt Lifta 5000 bis 6000 Euro. Wenn die Treppe gewunden oder gar gewandelt ist, wird der doppelte Betrag fällig. Weil viele Interessenten vor einer solchen Investition zurückschrecken, sind die Geräte bei Lifta seit dem vergangenen Jahr auch zu mieten. „Damit haben wir auf Antriebe neue Käuferschichten erschlossen“, sagt Bulling. Einen Schub erhoffen sich die Geschäftsführer auch von einer seit wenigen Wochen angebotenen neuen Gerätegeneration, die den Lift in den Rang eines Designprodukts erheben soll. Lifta sieht sich als Premiumanbieter. Zentrales Verkaufsargument ist nicht der Preis,

Im Vordergrund stehen stattdessen Qualität, Anmutung und ein zuverlässiger Kundendienst. Ein guter Service ist besonders wichtig. Denn Bulling räumt ein, dass sechs von zehn Geräten mindestens einmal im Jahr ausfallen. Der Grund seien in den meisten Fällen Bedienungsfehler, die sich rasch korrigieren lassen.

Die Kunden kommen meist auf Empfehlung. Freunde und Bekannte haben sie auf die Vorzüge eines Mini-Aufzugs aufmerksam gemacht. „Meist sind es Frauen, die den Anstoß für eine solche Anschaffung geben. Viele Männer wollen sich nicht eingestehen, dass sie die Treppe im Haus nicht mehr aus eigener Kraft bewältigen können“, meint Jaschek. Immer häufiger seien es aber auch junge Leute, die für ihre Eltern einen technischen Helfer suchten, der die häusliche Mobilität sicherstellt. Auch Pflegedienste und Hilfsorganisationen gehören zu den Auftraggebern. Die Lift-Nutzer sind meist zwischen 70 und 75 Jahren alt. Lifta verkauft seine Produkte im Direktvertrieb. Es gibt keine Geschäfte, in denen Interessenten die Mini-Aufzüge testen können. Produziert werden die Geräte von Fremdfirmen in Großbritannien, Holland und Schweden. Die Frage, wann Lifts selbst im Ausland aktiv wird, beantwortet Jaschek mit einem Schmunzeln: „Wir haben noch viel vor.“



Treppenlifte erhöhen die Mobilität älterer Menschen.
Foto: Lifta